

A RECONFIGURAÇÃO DAS COMUNIDADES VIRTUAIS
Um estudo da comunidade do *Couchsurfing* em Porto Alegre-RS

Tamires Ferreira Coêlho¹

Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar preliminarmente as formações de subgrupos na comunidade CS POA (*CouchSurfing.org* em Porto Alegre-RS) e colocar em discussão alguns elementos (tidos como) constitutivos das comunidades virtuais. O *Couchsurfing* é uma rede social agregadora de comunidades, sem fins lucrativos, que reúne mais de 4 milhões de adeptos no mundo. A comunidade CS POA, criada em 2007 e com mais de 3.000 membros, é bastante ativa e constituída por membros de perfis heterogêneos – o que foi observado durante os primeiros movimentos exploratórios. Utilizamos como metodologia central a netnografia, amparada por ferramentas etnográficas.

Palavras-chave: Couchsurfing. Comunidade. CS POA. Rede Social.

INTRODUÇÃO

O relacionamento social dos sujeitos conectados à rede foi impulsionado pelo surgimento de redes sociais e de comunidades no espaço virtual. Se já era notório que, antes do surgimento da internet, as redes e comunidades existentes na sociedade e em suas instituições interferiam na identidade dos indivíduos, com a virtualização as negociações identitárias complexificaram-se.

Cynthia Corrêa (2004, online) defende que existe uma potencialização do ciberespaço quanto ao surgimento de comunidades no espaço virtual e de agregações eletrônicas “que estão delineadas em torno de interesses comuns, de traços de identificação, pois ele é capaz de aproximar, de conectar indivíduos que talvez nunca tivessem oportunidade de se encontrar pessoalmente”. Não é a internet que modifica o comportamento dos internautas, mas sim as pessoas que se apropriam de suas potencialidades a fim de amplificar suas capacidades comunicativa e criativa. Quanto às

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS); graduada no curso de Comunicação Social/Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí (UFPI); membro dos grupos de pesquisa PROCESSOCOM e NUJOC. E-mail: tamirescoelho@hotmail.com.

possibilidades que a internet tem proporcionado, Corrêa ressalta que “os comportamentos são amplificados pelos meios tecnológicos, fazendo com que indivíduos localizados em diferentes partes do globo e munidos de equipamentos adequados possam conectar idéias, crenças, valores, e emoções” (2004, online).

O projeto internacional *CouchSurfing.org* configura-se como uma rede social e, ao mesmo tempo, uma organização sem fins lucrativos, estando em atividade (na versão beta) desde 2003. A rede reúne *backpackers* (mochileiros), viajantes e pessoas interessadas em intercâmbios culturais, interconectando sujeitos de várias partes do planeta. O “surfe pelos sofás” (tradução livre da expressão *Couchsurfing*) refere-se às viagens dos membros e às suas experiências pelos sofás que são ofertados por outros *couchsurfers* (membros do *CouchSurfing*). Os membros buscam hospitalidade e trocas culturais em suas viagens, mas também ofertam hospitalidade (e, se possível hospedagem). A hospitalidade a qual nos referimos aqui não implica somente em um lugar para dormir, se for o caso, mas sobretudo na disponibilidade do sujeito em receber bem alguém que não faz parte daquele lugar, daquela cultura – o que pode ser feito de diversas formas, desde mostrar pontos turísticos e típicos de uma determinada cidade, até os simples atos de conversar e interagir.

O *CouchSurfing Project* defende que como Organização sem fins lucrativos, sua missão é melhor servida, pois seu objetivo “*nunca foi o dinheiro. O site é gratuito e sustentado apenas com doações e verificações*”. Qualquer membro pode se tornar um voluntário e há oito programas em que pode participar: Tecnologia, Coordenação de Voluntários, Relações Públicas e Marketing, Comunicações entre Membros, Design e Interface de Usuários, Eventos e Extensões, Discussões entre Membros e Segurança, e Serviços Voltados aos Membros (FIGUEIREDO, 2008, p.26).

A rede agrega grupos que geralmente reúnem membros de uma determinada região geográfica. Esses grupos organizam *meetings* (encontros) entre participantes do projeto naquela localidade, tendo em vista integrar os membros de um local (região ou cidade) e acolher os possíveis *guests* (hóspedes) e outros *couchsurfers* que porventura estejam por lá naquele dia. Dessa forma, o CS vem ganhando destaque por ser uma rede virtual que incentiva também o contato face a face entre seus membros, promovendo o intercâmbio

cultural e já contabilizando mais de 4 milhões de membros espalhados por todos os continentes.

Conhecer a forma com a qual os participantes de uma rede social – aqui considera-se o projeto *CouchSurfing* (CS) como rede social agregadora de comunidades – apropriar-se dela é fundamental para essa pesquisa. Partindo do pressuposto que a comunidade CS POA é bastante ativa e constituída por membros de perfis heterogêneos – o que foi observado durante a pesquisa exploratória – o objetivo deste artigo é analisar as possíveis formações de subgrupos ou grupos menores no grupo CS POA, bem como utilizar esse exemplo de comunidade para colocar em discussão alguns elementos (tidos como) constitutivos das comunidades virtuais. Quanto à metodologia de análise, esta pesquisa traz um estudo essencialmente netnográfico, aliado a ferramentas de inspiração etnográfica.

O GRUPO CS POA E O CONCEITO DE COMUNIDADE

O grupo² CS POA, formado na rede social *Couchsurfing.org* em 2007, reúne atualmente mais 3.000 membros que moram ou têm algum vínculo com a cidade de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul. Nem todos os membros são ativos na maioria das atividades, já que uma pesquisa exploratória preliminar nos permitiu encontrar membros que participam ativamente do fórum online da comunidade, costumam receber e/ou hospedar outros *couchsurfers*, e participam ativamente das demais atividades presenciais; também há membros que recebem pessoas de outros lugares, mas não participam de discussões online no grupo nem comparecem aos *meetings*, por exemplo; membros que nunca foram a um encontro semanal, nem são ativos na comunidade, mas constam como “participantes” da comunidade; *couchsurfers* que já viajaram para Porto Alegre, gostaram do pessoal da comunidade e não querem perder o vínculo, nem que seja somente para observar as discussões do grupo, ou para não perder totalmente o contato, entre outros casos.

² Consideramos aqui CS POA como uma comunidade, e assumimos que os termos “comunidade” e “grupo” são diferentes. No entanto, levando-se em conta que o site *Couchsurfing.org* refere-se às suas comunidades como “grupos”, nos referiremos à comunidade CS POA neste trabalho a partir dos dois termos supramencionados.

Quando Recuero (2005, p.19) afirma que uma comunidade virtual seria “um grupo de pessoas que estabelecem entre si relações sociais, que permaneçam um tempo suficiente para que elas possam constituir um corpo organizado, através da comunicação mediada por computador”, não igualamos esse “corpo organizado” a um “corpo homogêneo” e, portanto, acreditamos que, embora os sujeitos estejam organizados em torno de um mesmo grupo, é possível que seus perfis sejam díspares e que suas formas de atuação dentro da comunidade sejam também distintas – o que movimentos exploratórios vieram ratificar, durante as entrevistas, questionários e contatos com membros do CS POA.

Estudamos a possibilidade de trabalhar o *couchsurfer* tal como pertencente a uma identidade, já que o projeto funciona como uma comunidade simbólica e seus participantes agem consoante a ideia de hospitalidade da rede, segundo um sentimento de pertencimento à missão do projeto. Adriana Amaral (2010, online) explica que “essa necessidade de pertencimento aparece bastante em relação aos grupos aos quais as pessoas vão se associar. A identidade se dá a partir da filiação ou não a determinado grupo. O que importa é que vai haver ali um discurso que revelará esse tipo de performance”.

Marcos Palacios (1996, p.12) caracteriza a comunidade a partir de elementos como a ligação, o sentimento de pertencimento que une o grupo: “O sentimento de pertencimento levaria, então, a um caráter cooperativo no interior da comunidade. E mais, levaria (ou poderia levar) à ação organizada e ao delineamento de um projeto comum”, explica o autor supracitado, para quem “não pode haver comunidade (seja de que tipo for) sem a presença do sentimento de pertencimento” (PALACIOS, 1996, p.13). A pesquisa exploratória em relação ao grupo CS POA já conseguiu inclusive encontrar algumas pistas referentes a esse sentimento de pertencimento sobre o qual Palacios discorre.

O “pertencimento” mencionado por Marcos Palacios dá-se no sentido de ligação – sentimento esse que Alex Primo (1997, p.17) também ressalta ao mencionar que “pode existir um espírito compartilhado entre os membros da comunidade e um sentimento de pertencer ao grupo”. Os participantes têm consciência de sua responsabilidade sobre a manutenção das relações na comunidade, sentindo-se parte do todo. As interações entre os membros da comunidade é que constituem e mantêm o grupo, não o território – como ressalta Raquel Recuero (2009, p.151) –, possibilitando-nos eleger o pertencimento e as

interações como aspectos inerentes aos grupos que se denominam “comunidades”. A apropriação social não é prejudicada pela virtualidade dos lugares, de forma que mesmo sem a vinculação do território haja “sentimentos de posse e pertença” (FRAGOSO; REBS; BARTH, 2010, p.05).

“Algumas comunidades virtuais costumam promover encontros e eventos fora do ambiente virtual como uma maneira de reforçar o contato face-a-face, uma forma das pessoas se conhecerem pessoalmente, que, em última instância, complementaria a relação social mantida no ciberespaço” (CORRÊA, 2004, online). Um exemplo pertinente das comunidades citadas anteriormente é o *CouchSurfing*, já que a rede estimula *meetings* (encontros) entre os participantes das comunidades, fazendo com que indivíduos que iniciaram suas relações online passem a também relacionar-se offline (movimento de interação que também pode ocorrer em sentido contrário, do offline para o online).

Moura (2011) enfatiza que, apesar de assemelhar-se a redes como *Orkut* e *Facebook*, o *CouchSurfing* traz o diferencial de proporcionar interação mais no mundo “real” do que mesmo no universo online, resgatando e reconstruindo as interações face-a-face (p.17) – o que é complementado por Figueiredo (2008, p.18) quando ela afirma que “o *CouchSurfing* não se limita ao ambiente da internet, as manifestações que a ele são relacionadas ultrapassam as fronteiras deste espaço”.

ABORDAGEM NETNOGRÁFICA

Consideramos nesta pesquisa que a metodologia não se limita às formas de fazer pesquisa, mas abrange toda a dimensão norteadora de uma pesquisa (em seus diversos âmbitos e níveis, do início ao fim), englobando todo o percurso de construção que dela deriva. Nesse processo, cada opção ou decisão deve ser tomada em um processo consciente, pensando e refletindo sobre as atitudes que levam ao conhecimento científico. Optamos por fazer uma pesquisa exploratória essencialmente netnográfica, mas não descartamos, no decorrer da pesquisa, uma combinação entre as abordagens etno e netnográfica conforme as adaptações metodológicas que o objeto de pesquisa necessite.

Netnografia, de acordo com Robert Kozinets (2002, online), é uma adaptação do estudo etnográfico às comunidades virtuais³. Este autor diferencia a netnografia à medida que ela aborda os processos comunicativos online muito além de considerá-los meros “conteúdos”, e sim “como interações sociais, como expressões cercadas de significado e como artefatos culturais” (KOZINETS, 2010, p.06). Partindo deste neologismo, Adriana Amaral, Geórgia Natal & Lucina Viana (2009, p.03-04) explicam que o termo “netnografia” (nethnography = net + ethnography) começou a ser utilizado por pesquisadores norte americanos para aplicar a observação etnográfica a partir do meio eletrônico, não constituindo-se enquanto uma simples transposição da prática etnográfica para estudar fenômenos em ambientes mediados por computadores porque as dinâmicas podem ser diferenciadas tanto em relação aos objetos como à relação pesquisador-objeto.

Lo destacable de esta definición es que la netnografía es un método de análisis del netnógrafo (neologismo aplicable a este nuevo tipo de investigador) para su aplicación a las comunidades virtuales en Internet, más propiamente del estudio de las vivencias que en ella se protagonizan, constituyendo un excepcional atrio para conocer la opinión de los ciudadanos del ciberespacio (internautas) sobre cualquier tema (GEBERA, 2008, p.03).

Também é interessante colocar que a netnografia, voltada à pesquisa de objetos na internet, traz novas perspectivas de enfoque, pertinentes à investigação sobre as modificações que a internet incorporou ao nosso cotidiano (GERBERA, 2008, p.02) e que esse novo termo “demarca e pontua as diferenças que o método etnográfico sofre quando adaptado para os ambientes digitais, seja em termos de forma de coleta de dados, seja em termos de ética de pesquisa e análise; uma vez que o presencial e as experiências online são de natureza diferenciadas” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p.174). Assim, diante do o impacto da internet na sociedade e da complexidade dos ambientes digitais (obviamente diferenciados dos denominados “reais”), é necessário adaptar técnicas, procedimentos e métodos, a fim de pesquisar e compreender melhor esses novos objetos de

³ “Netnography is ethnography adapted to the study of online communities” (KOZINETS, 2002, online).

estudo que vêm surgindo – não somente utilizando a netnografia, mas, se necessário, combinando técnicas e métodos. Não há nenhum método de pesquisa perfeito e a netnografia também pode trazer consigo desvantagens, entre as quais a perda de conteúdo para análise, por exemplo no caso de os componentes de uma comunidade deletarem informações e mensagens – algo que percebemos em CS POA, nos movimentos exploratórios iniciais.

Ressaltamos também a importância de incorporar ferramentas etnográficas ao nosso objeto de estudo, principalmente relacionadas ao que se entende por “etnografia multi-situada”. Esse tipo de empreitada etnográfica consiste, em uma exploração por meio da experiência interativa e comprometida da conectividade, comportando interessantes inovações para o estudo da internet e oferecendo a possibilidade de desenhar estudos dos laços, tão comuns dentro do ciberespaço e ao seu redor, sem nos obrigarmos a ter uma determinada noção preconcebida de “enlace” (HINE, 2004, p.77). Compartilhamos com esta teórica da ideia de que é importante observar o que as pessoas fazem as nas páginas da web e nas mensagens que enviam, questionando qual o significado que esse espaço “transversal” tem para elas (p.78).

Consideramos necessário partir do pressuposto que o estudo a partir de uma perspectiva etnográfica não se reduz às pesquisas realizadas em comunidades distantes, evidenciando a cultura do outro, o olhar de estranhamento a práticas que não pertencem ao pesquisador. É possível utilizar ferramentas de cunho etnográfico para compreender e estudar grupos e comunidades nos quais estamos inseridos, embora seja ainda mais difícil lançar um olhar de estranhamento e desnaturalizar práticas às quais estamos habituados.

PESQUISA EXPLORATÓRIA

Após um planejamento de objetivos e técnicas de coletas a serem utilizadas, foi feito um processo de “entrada cultural” na comunidade: observação e interação no fórum da comunidade, participação de atividades e *meetings*, aproximação dos *couchsurfers* da comunidade, observação e leitura sobre pesquisas feitas sobre redes sociais e comunidades virtuais para ter aproximação com conceitos e estratégias de aproximação pertinentes ao nosso objeto de referência empírico. Na fase de coleta de dados da pesquisa exploratória,

reunimos dados provenientes de entrevistas em profundidade, de um questionário, de observação participante da pesquisadora e do diário de campo. A interpretação dos dados ainda está em processo (compreendendo melhor conceitos e dados atrelados), mas já aponta para algumas pistas importantes em relação à comunidade CS POA. Quanto à questão dos padrões éticos, não vamos informar os nomes dos entrevistados/questionados, mas substituí-los por uma abreviação aleatória, acompanhada por uma faixa etária a qual esses membros pertencem – de forma a não expor esses sujeitos durante a divulgação dos resultados da pesquisa.

Foi aplicado um questionário na internet, respondido entre os dias 16 e 30 de maio de 2012, de forma que vários membros da comunidade de diferentes perfis responderam (28 respostas). Através do questionário, percebemos que os motivos de adesão à rede e à comunidade se dão por diferentes motivos, desde o contato com um amigo/conhecido/parente/parceiro que já participava do grupo CS POA, até matérias jornalísticas sobre o *Couchsurfing*, ou através da popularidade do CS em países em que o sujeito fez intercâmbio, ou blogs e sites de viagens – embora a grande maioria dos questionados tenham sido levados a conhecer a rede a partir de amigos e de matérias em revistas, jornais ou programas de televisão. Embora muitos questionados considerem o CS uma forma de intercâmbio cultural, de compartilhamento de experiências e culturas, nem todos têm essa visão da rede social. Também é interessante mencionar um fato observado tanto nas entrevistas como no questionário e nas observações do diário de campo: o site do CS não é considerado de fácil manuseio e exige competências mais complexas que outras redes sociais, como o *Facebook*, por exemplo. Um dos entrevistados, inclusive, comenta:

A maneira mais fácil é o Facebook. Todo mundo tá lá. É até uma coisa que o Rafael [embaixador do CS em Porto Alegre] está sendo bem pontual: se todo mundo ficar usando o Facebook, o site do Couchsurfing morre. Só que entra naquela questão do site do Couchsurfing ser muito desagradável pras pessoas que não entendem como ele funciona, pra operar nele... e no Facebook é mais fácil. Então, uma coisa que atrairia as pessoas de volta pro Couchsurfing é que eles simplificassem a interface com o usuário (M. Faixa etária: 40-50 anos).

Foi feita uma entrevista presencial em profundidade com integrantes do CS em Porto Alegre: um casal que não é ativo (homem de Porto Alegre e mulher do Rio de Janeiro); um moderador (ativo); uma mulher que não é de Porto Alegre, mas já está

morando há cinco anos na cidade e é relativamente ativa; e um outro membro ativo. Um dos entrevistados afirmou veementemente que há formações de subgrupos ou “panelas” na comunidade – e que ele tenta fugir dessas panelas, frequentando o máximo possível atividades com membros de todas elas –, enquanto outro membro justificou dizendo que qualquer grupo grande (como é o caso do CS POA) tende a ser subdividido em grupos menores por questões de interesse e afinidade.

Alguns membros costumam viajar e frequentar eventos e festivais muito mais que outros, o que parece interferir em termos quantitativos no número de pessoas com quem eles mantêm laços no grupo. O casal não costuma frequentar meetings e afirma que as pessoas no CS Rio de Janeiro são muito mais receptivas, que as pessoas não são acolhedoras com os novatos na comunidade de Porto Alegre. No entanto, isso é refutado por um dos outros entrevistados:

Você estando carente, tendo poucas amigas, o Couchsurfing é um lugar ótimo pra esse tipo de pessoa. Por que? Porque todo mundo que é couchsurfista verdadeiro, digamos que recebe pessoas, que vai na casa de outras pessoas... é uma pessoa com um perfil mais tolerante, ele é muito calmo, tranquilo, ele gosta de pessoas, sabe? Ele aceita pessoas na sua casa tranquilamente, sem nenhum problema, sem aiaiai, uiuiui, aquela coisa toda... Então, esse tipo de pessoa também aceita pessoas das mais variadas formas, digo dos mais variados jeitos psicológicos e tudo... E então, a pessoa que é carente se sente em casa nesse ambiente, porque ela é bem recebida, as pessoas tratam todos como iguais e a pessoa diz 'Pô, que legal esse negócio aqui', sabe? (R. Faixa etária: 30-40 anos).

A observação in loco das reuniões, *meetings* e eventos nos proporciona uma visão de como há a organização das atividades presenciais, o que está sendo anotado no diário de campo frequentemente. Algumas atividades como as reuniões em parques de Porto Alegre para tomar chimarrão em dias ensolarados, ou os churrascos, nos levam a perceber que há elementos culturais locais intervindo nas práticas do grupo. Nessas reuniões, são perceptíveis os laços e as afinidades entre alguns membros e subgrupos da comunidade, bem como alguns conflitos em maior ou menor escala que produzem afastamentos entre sujeitos entre si, mas não necessariamente entre esses sujeitos e a comunidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível perceber que os laços e interações da comunidade CS POA suplantam a virtualidade, bem como é construído um cenário online que suplanta o próprio site do *Couchsurfing*, convergindo também para a rede social *Facebook*, por exemplo. Não podemos traçar um perfil que abarque toda a heterogeneidade presente num grupo de mais de 3 mil integrantes, mas é possível constatar semelhanças como: sujeitos que se mobilizam para organizar eventos, que gostam de viajar e de interagir com outras culturas – não abandonando a sua.

Para a pesquisa sistemática, preliminarmente parece interessante tentar analisar tensionamentos voltados às mediações tecnológicas na comunidade e tentar entender se os subgrupos são formados por interesses ou por eventuais rupturas, ou exclusões, ou conflitos – o que também parece plausível.

Algumas pistas sinalizam para o fato de que a frequência de interações no fórum da comunidade virtual não parece ter ligação com a frequência de interações presenciais entre os membros, até devido à questão das competências e da complexidade da interface frente ao usuário do site.

A pesquisa exploratória não teve a função de coletar resultados significativos para a pesquisa, mas de contextualizar e de aproximar a pesquisadora ao seu objeto de referência empírico, permitindo uma compreensão preliminar quanto às interações e formas de organização da comunidade estudada. A netnografia tem se mostrado adequada ao desenvolvimento da pesquisa, embora seja considerada a possibilidade de centralizá-la enquanto metodologia e atrelá-la a outros procedimentos e ferramentas metodológicas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, A., NATAL, G., VIANA, L. (2009). **Apontamentos metodológicos iniciais sobre a netnografia no contexto pesquisa em comunicação digital e cibercultura**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. Disponível em: <<http://www.djangel.com.br/wp-content/uploads/2009/01/AmaralNataleViana.pdf>>. Acesso em: Agosto de 2011.

AMARAL, A. **A superficialidade e as relações sociais na web**: Entrevista especial com Adriana Amaral. 06 fev. 2010. Disponível em:

<http://www.ihu.unisinos.br/index.php?option=com_noticias&Itemid=18&task=detalhe&id=29310>. Acesso em: Agosto de 2011.

CORRÊA, C. H. W. Comunidades Virtuais Gerando Identidades na Sociedade em Rede. In: **Ciberlegenda**. Universidade Federal Fluminense, N° 13, 2004. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/cyntia1.htm>>. Acesso em: Setembro de 2011.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRAGOSO, S.; REBS, R.; BARTH, D. **Territorialidades virtuais**: identidade, posse e pertencimento em ambientes multiusuário online. In: XIV ENCONTRO DA COMPÓS. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://compos.com.puc-rio.br/media/gt1_suely_fragoso.pdf>. Acesso em: Setembro de 2011.

FIGUEIREDO, A. F. A. de. **Sobre buscas e sentidos em uma rede mundial de viajantes**: The Couchsurfing Project. Recife: UFPE, 2008.

GEBERA, O. La netnografía: un método de investigación en internet. IN: **Revista Iberoamericana de Educación**. N° 47/2. 10 de outubro de 2008. Disponível em: <<http://www.rieoei.org/deloslectores/2486Gebera.pdf>>. Acesso em: Julho de 2012.

HINE, C. Los objetos virtuales de la etnografía. IN: HINE, C. **Etnografía virtual**. Barcelona: UOC, 2004.

KOZINETS, R. The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. In: **Journal of Marketing Research**. 2002. Disponível em: <[http://www.marketingpower.com/ResourceLibrary/JournalofMarketingResearch\(JMR\)/Pages/2002/39/1/6311080.aspx](http://www.marketingpower.com/ResourceLibrary/JournalofMarketingResearch(JMR)/Pages/2002/39/1/6311080.aspx)>. Acesso em: Agosto de 2011.

_____. **Netnografia: A arma secreta dos profissionais de marketing**. 2010. Disponível em: <http://kozinets.net/__oneclick_uploads/2010/11/netnografia_portugues.pdf>. Acesso em: Agosto de 2011.

MOURA, R. B. **Interações e identidades de “surfistas de sofá”**: Teresina em uma análise do site *CouchSurfing.org* sob a ótica da Cibercultura. Teresina: UFPI, 2011.

PALACIOS, M. Cotidiano e Sociabilidade no Ciberespaço: Apontamentos para Discussão. In: FAUSTO NETO, A. & PINTO, J. M. (orgs). **O Indivíduo e as Mídias**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996. Trabalho originalmente publicado no IV Encontro da COMPÓS, Brasília, 1995.

PRIMO, A. F. T. **A emergência das comunidades virtuais**. In: Intercom 1997 - XX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 1997, Santos. Anais... Santos, 1997. Disponível em: <http://www.pesquisando.atraves-da.net/comunidades_virtuais.pdf>. Acesso em: Agosto de 2011.

RECUERO, R. **Comunidades Virtuais em redes sociais na internet**: uma proposta de estudo. In: Compós 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/57/57>>. Acesso em: Junho de 2012.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.